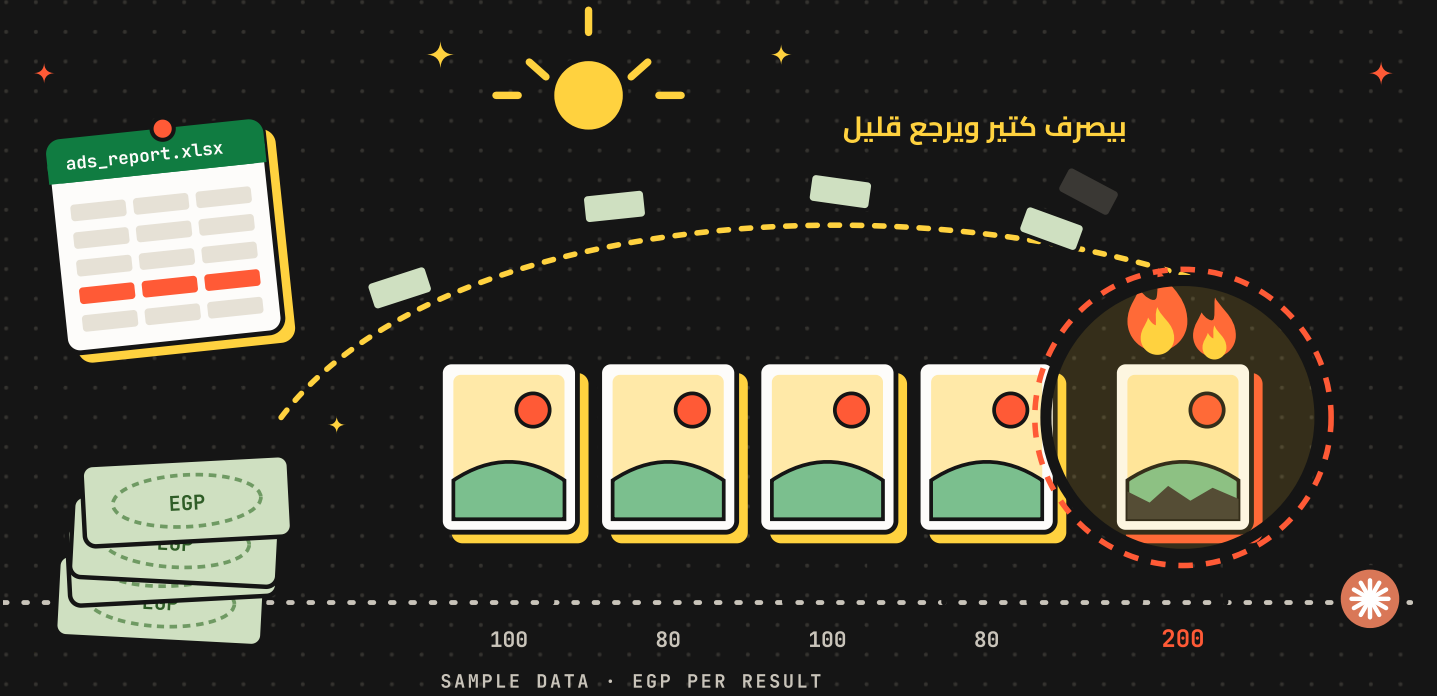


أنهي إعلان يحرق فلوسك؟

تنزل تقرير الإعلانات، وتديه لـ Claude، وتسأله سؤال واحد. الخطوات والـ prompt اللي في الفيديو، جاهزين تنسخهم.

بيصرف كثير ويرجع قليل



رسم توضيحي. الأرقام والإعلانات للشرح بس.

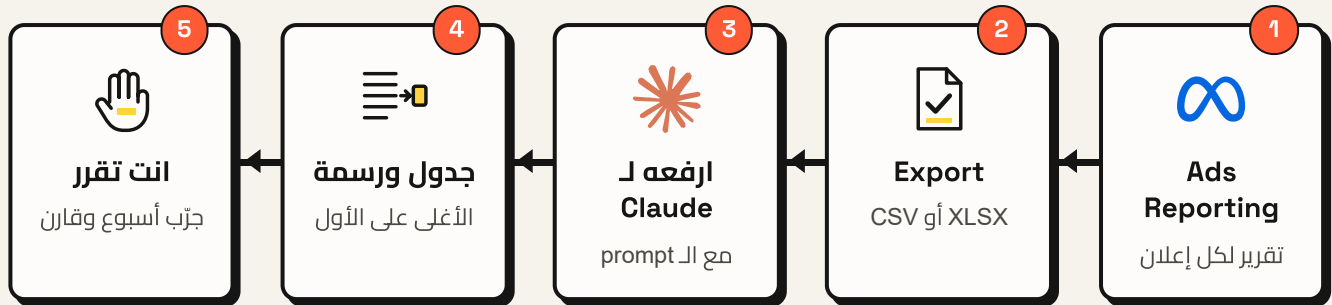
تقرير Ads Manager كـ Excel أو CSV

شغال على أي plan في Claude، حتى الـ Free

prompt بالإنجليزي تنسخه زي ما هو

الطريقة كلها في 5 خطوات

ربع ساعة، وتعرف كل جنبه راح فين.



نزل التقرير من Ads Manager

تقرير واحد، كل صف فيه إعلان، ونفس الفترة لكل الإعلانات.

Ad name	Amount spent	Results	Cost per result	Impressions	Link clicks
Video, founder	EGP 5,000	25	EGP 200	61,400	540
Reel, offer	EGP 4,200	52	EGP 81	58,900	1,120
Carousel, menu	EGP 3,600	40	EGP 90	47,300	860
Story, promo	EGP 2,800	28	EGP 100	39,800	610
Image, test	EGP 400	3	EGP 133	5,100	48

Export

- XLSX (formatted data)
- XLSX (raw data)
- CSV
- PNG

- 1 كل صف إعلان (Ad name)، والأعمدة دي جنبه.
- 2 نفس الفترة لكل الإعلانات، 30 يوم مثلاً.
- 3 أيقونة الـ export فوق التقرير.
- 4 اختار XLSX (raw data) أو CSV: أنصف للتحليل، مفهوش تنسيق يلخبط الأرقام.

شاشة وأرقام للتوضيح، الشكل الفعلي ممكن يختلف.

إزاي تقرا تكلفة النتيجة

إلي صرفته ÷ عدد النتائج. والنتيجة بتتحدد من هدف الحملة: رسالة، lead، شراء.

إعلان الـ founder video (sample data)

EGP 200

تكلفة النتيجة، والباقي حوالي 90

÷ 25

نتيجة

EGP 5,000

صرف الإعلان

3 قواعد قبل ما تحكم على إعلان



نتائج كفاية

إعلان جاب 3 نتائج بس، رقمه لسه مش ثابت. استنى شوية.



نفس الفترة

إعلان شغال من أسبوع مش زي إعلان شغال من شهر.

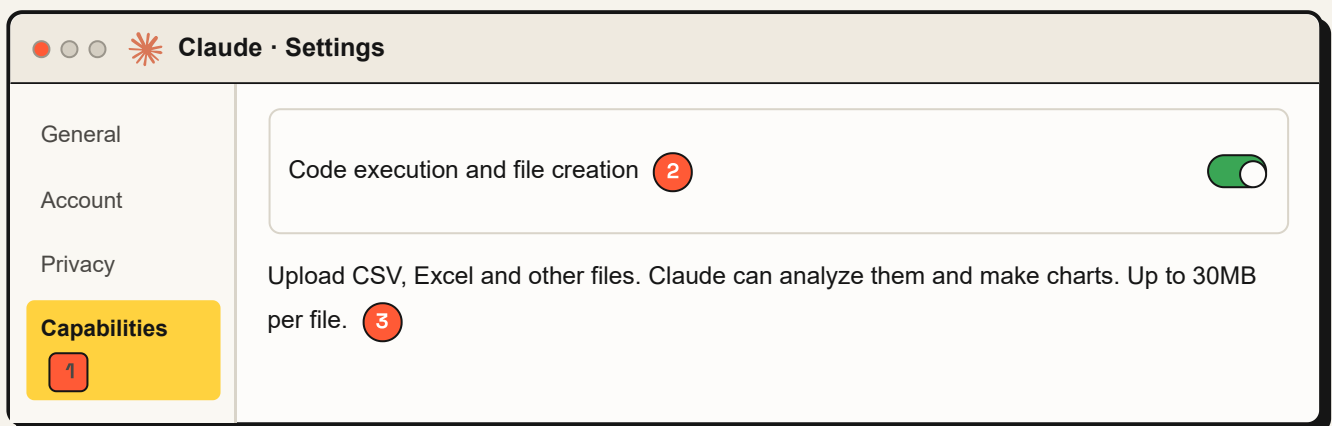


نفس الهدف

إعلان messages وإعلان sales مينفعش يتقارنوا بنفس الرقم.

شغل الميزة في Claude مرة واحدة

اسمها Code execution and file creation، وشغالة على كل الـ plans، حتى الـ Free.



2 خليها شغالة. على Enterprise Team، الـ owner هو اللي بيشغلها للشركة.

1 من الـ Settings، Capabilities.

3 أقصى حجم 30MB للملف، وده أكبر من أي تقرير إعلانات.

شاشة للتوضيح، الشكل الفعلي ممكن يختلف.

FOLLOW



ال prompt، جزء جزء

ارفع الملف، والصق ال prompt. غيّر اللي بين الأقواس.

1 You are a performance marketing analyst. The attached file is my Meta ads report: one row per ad, same date range. The goal of these ads is [messages]. Currency: [EGP].

2 1. Calculate cost per result for every ad (amount spent / results). Use my numbers only. If a column is missing, tell me, do not guess.

3 2. Sort the ads in a table: ad name, spend, share of total budget, results, cost per result. Most expensive first.
3. Draw a scatter chart: spend on the x axis, results on the y axis. Label the ad that spends a lot and returns little.

4 4. Name the ad that brings a customer at the highest price, and how many times the average of the others it costs.
5. Give me up to 3 possible reasons from the data itself (creative age, frequency, CTR). Mark each one as a guess, not a fact.

5 6. Suggest how to move its budget to the ads doing better, in EGP.
7. Flag any ad with too few results to judge.

2 الحساب

من أرقامك بس. عمود ناقص؟ يقولك بدل ما يخفّن.

4 الإعلان اللي بيحرق

اسمه، وأعلى من الباقي بكام مرة، والأسباب كتخمين مش حقيقة.

1 الدور والملف

يعرف إن كل صف إعلان، والهدف والعملية بتوعك.

3 الجدول والرسم

الأعلى على الأول، ورسمه توربك اللي بيصرف كثير ويجيب قليل.

5 الخطوة الجاية

تحريك الميزانية بالجنيه، وتحذير من الإعلانات اللي نتايجها قليلة.

FOLLOW



انسخه من هنا

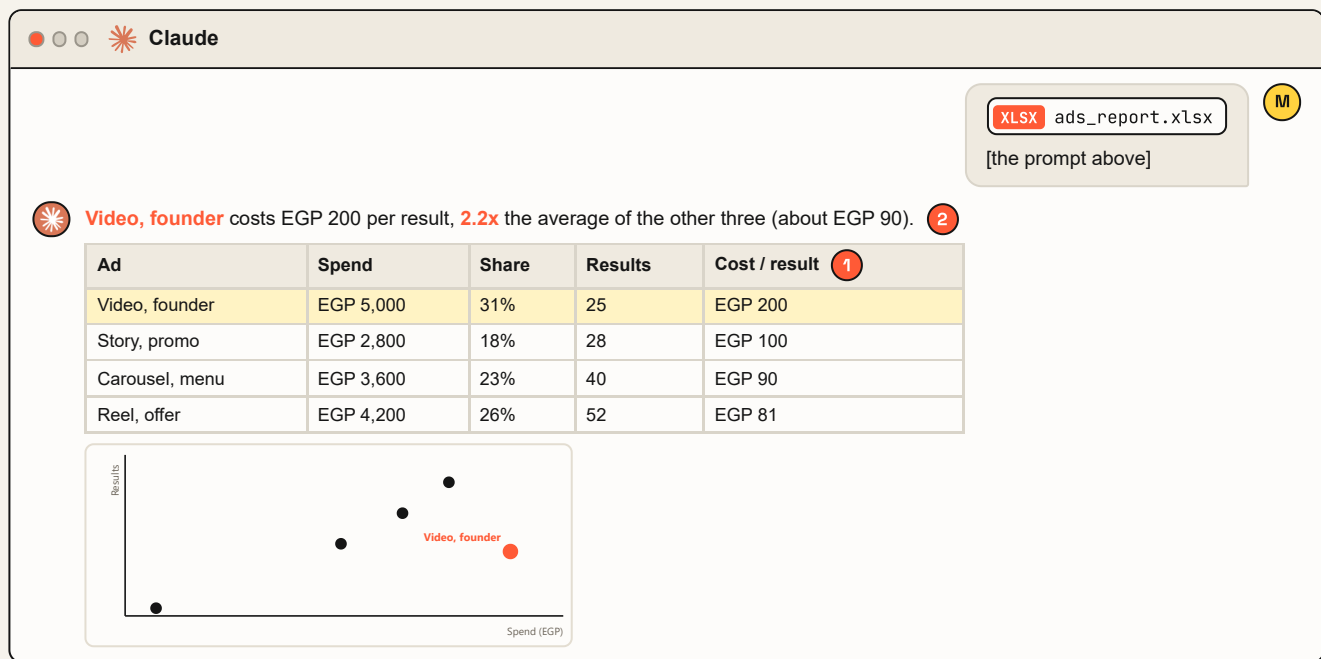
نفس ال prompt، في حثة واحدة.

You are a performance marketing analyst. The attached file is my Meta ads report: one row per ad, same date range. The goal of these ads is [messages]. Currency: [EGP].

1. Calculate cost per result for every ad (amount spent / results).
Use my numbers only. If a column is missing, tell me, do not guess.
2. Sort the ads in a table: ad name, spend, share of total budget, results, cost per result. Most expensive first.
3. Draw a scatter chart: spend on the x axis, results on the y axis.
Label the ad that spends a lot and returns little.
4. Name the ad that brings a customer at the highest price, and how many times the average of the others it costs.
5. Give me up to 3 possible reasons from the data itself (creative age, frequency, CTR). Mark each one as a guess, not a fact.
6. Suggest how to move its budget to the ads doing better, in EGP.
7. Flag any ad with too few results to judge.

هيرجعلك جدول ورسمه

الأعلى على الأول، والرسمه بتوريك هو فين من الباقي.



أعلى صرف، ونتائج أقل من إعلانات صرفت أقل منه. ده اللي بيحرق.

تكلفة النتيجة لكل إعلان، محسوبة من أرقامك.

جدول ورسمه للتوضيح، بيانات وهمية.

FOLLOW



الأسباب، والميزانية تروح فين

الأسباب تخمين من الملف بس، والقرار بتاعك.

Claude · results

Guess 1

1

creative age

Running for 9 weeks. CTR fell from 1.4% to 0.9%.

Guess 2

frequency

Each person saw it 4.1 times on average. People are tired of it.

Move	From	To
EGP 2,500	Video, founder	Reel, offer
EGP 1,500	Video, founder	Carousel, menu

Too few results to judge: **Image, test** (3 results).

تحريك الميزانية بالجنيه، للإعلانات اللي تكلفتها أقل.

كل سبب متعلّم إنه تخمين. Claude شايف الملف بس، مش السوق ولا المنافسين ولا الموسم.

إعلان نتايجه قليلة؟ متحكمش عليه لسه.

نتائج للتوضيح، بيانات وهمية.

جرب أسبوع، وقارن بنفسك

الاقتراح فرضية، مش حكم. غير حاجة واحدة، وارجع بعد أسبوع بتقرير جديد.

اعمل كده

✓

- حرك جزء من الميزانية بس، أسبوع
- غير حاجة واحدة عشان تعرف إيه اللي فرق
- ارفع التقرير الجديد مع القديم، وقارن تكلفة النتيجة

متعملش كده

✗

- توقف الإعلان وتحرك كل الميزانية مرة واحدة
- تغير ال creative والجمهور والميزانية في نفس الأسبوع
- تحكم على إعلان جاب 3 نتائج

عايز أكثر من كده؟

كل أسبوع بشرح أداة أو فكرة في الـ AI والـ automation بالعربي.



TikTok

@minasaadwahba



Instagram

@minasaad.ai



LinkedIn

in/minasaad1



X

@MinaSaad__



GitHub

MinaSaad1



Website

mina-saad.com

المصادر

1. <https://www.facebook.com/Meta>, Create a visualization in Ads Reporting (export as XLSX or CSV, fetched 2026-10-27)
 m/business/help/3265285920226789

2. <https://www.facebook.com/business/help/762109693832964> Meta, Cost per result (fetched 2026-10-27)

3. <https://www.facebook.com/business/help/611432918970668> Meta, Results (fetched 2026-10-27)

4. <https://support.claude.com/en/articles/1211178> Anthropic, Create and edit files with Claude (fetched 2026-10-27)
 3-create-and-edit-files-with-claude

FOLLOW



LinkedIn



Instagram



TikTok



GitHub